

Прохорова Елена (Україна)

канд. екон. наук, доцент кафедри стратегії підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»
prokhorova_sun@ukr.net

ВИКОНАННЯ АНАЛІЗУ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ ПЕВНИХ ПРОДУКТІВ АБО ПОСЛУГ НА ОСНОВІ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ СТУДЕНТІВ З ДИСЦИПЛІН МАГІСТЕРСЬКОЇ ПІДГОТОВКИ

Prokhorova Yeliena (Ukraine)

and similar papers at core.ac.uk

provided by Institutional Repository of Vadym Hetman

ON SERVICE MARKET BASED ON MASTERS STUDENTS' INDIVIDUAL TASKS

Актуальною проблемою при підготовці фахівців економічних спеціальностей є забезпечення набуття студентами навичок практичної роботи. Зокрема, вищі навчальні заклади дають можливість студентам засвоїти основні інструменти та методи аналізу конкуренції на ринках певних товарів або послуг на матеріалах навчальних кейсів або бізнес-симуляцій. Водночас практична цінність набутих аналітичних навичок полягає в апробації їх на матеріалах конкретних підприємств або галузей.

Сучасними навчальними планами підготовки фахівців з економіки та підприємництва виробнича практика передбачена лише при підготовці магістрів. Тому слід максимально використати можливості виробничої практики для закріплення студентами, зокрема, аналітичних навичок. До навчальних програм дисциплін магістерського рівню включено виконання індивідуальних завдань на матеріалах підприємств — баз практики. Аудиторне обговорення індивідуальних завдань студентів, виконаних на матеріалах підприємств однієї галузі або товарного ринку, дозволяє визначити особливості конкуренції на ринку та спрогнозувати поведінку основних учасників ринку.

Більш якісних результатів аналізу можна досягти, якщо кілька студентів проходять практику на підприємствах, які відносяться до однієї галузі, або реалізують продукцію на одних ринках. Маючи інформацію про основні показники діяльності підприємств-конкурентів, можна виконати такі види аналізу стану конкуренції у галузі, як структурний аналіз п'яти конкурентних сил за М. Портером, побудувати карти стратегічних груп конкурен-

тів, визначити типову ринкову поведінку основних підприємств-конкурентів, виділити ключові чинники успіху в галузі та конкурентні стратегії найвпливовіших учасників ринку.

Результати такого аналізу матимуть не лише навчальний ефект, а також представлятимуть інтерес для підприємств —учасників ринку. Огляд ринку має комерційну цінність і може бути запропонований на платній основі, наприклад, через науковий парк КНЕУ. Виконання галузевих (товарних, продуктових) оглядів студентами КНЕУ сприяє підвищенню їх кваліфікації, набуттю навичок практичної роботи. Реалізація результатів аналітичних робіт студентів сприятиме зміцненню іміджу КНЕУ серед підприємців як науково-дослідного вищого навчального закладу.

Список використаних джерел

1. Управління стратегічними змінами на підприємстві : практикум / [Є. В. Прохорова, В. Б. Галушко, Н. М. Гаращенко та ін. ; кер. кол. авт. Є. В. Прохорова]. — К. : КНЕУ, 2013. — 211 [5] с.

Тези розміщено за посиланням:



<http://goo.gl/n6HkES>

Репіна Інна (Україна)

д-р екон. наук, професор кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»
rephouse@msil.ru

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ОСВІТИ